

عنوان مقاله:

تاثیر نوآوری بر رضایت مشتری و وفاداری بر برند

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی مدیریت چالشها و راهکارها (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

اسماعیل قلی زاده - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه تبریز

حسین عباسی - استادیار مدیریت دانشگاه پیام نور تبریز، ابران

مرضیه محمد نژاد - دانشجوی کارشناسی مدیریت بازرگانی دانشگاه پیام نور تبریز

خلاصه مقاله:

هدف از این تحقیق بررسی تاثیر نوآوری بر رضایت مشتری و وفاداری بر برند است. جامعه آماری تحقیق دانشجویان دانشگاههای سراسری، پیام نور و آزاد و علمی، کاربردی تبریز میباشد که نمونه مورد نیاز با استفاده از نمونه گیری طبقه ای و نمونه گیری تصادفی و از طریق فرمول کوکران و جدول مورگان (183 نفر) انتخاب شده است. برای تجزیه و تحلیل داده ها از همبستگی پیرسون و رگرسیون دو متغیره استفاده شده است. نتایج تحقیق حاوی این مطلب بود که نوآوری تاثیر مثبتی بر رضایت مشتری و وفاداری بر برند دارد. همچنین رضایت مشتری بر وفاداری بر برند تاثیر مثبتی دارد.

کلمات کلیدی:

نوآوری؛ رضایت مشتری؛ وفاداری، برند

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/260865>

